



**Fundación Universitaria Empresarial de la  
Cámara de Comercio de Bogotá  
Uniempresarial  
Programa Alta gerencia XVI**

**Margie Lizeth Buitrago Acuña**

**Creación de empresa Publicidad y Gestión**

**Bogotá D.C., Colombia, 2018**

**Fundación Universitaria Empresarial de la  
Cámara de Comercio de Bogotá  
Uniempresarial  
Programa Alta gerencia XVI**

**Margie Lizeth Buitrago Acuña**

**Trabajo de Grado para Optar al Título de Especialista en Alta Gerencia**

**Tutor: Katerin San Juan**

**Creación de empresa Publicidad y Gestión**

**Bogotá D.C., Colombia, 2018**

## Tabla de Contenido

	<b>Pág.</b>
Capítulo I: Resumen Ejecutivo .....	1
1.1. Perfil del equipo emprendedor .....	1
1.2. Problema o necesidad detectada .....	1
1.3. Producto, bien o servicio .....	2
1.4. Necesidades que satisface el producto .....	3
1.5. Usuarios a los que va dirigido el producto .....	4
1.6. Recursos necesarios para la ejecución del producto .....	4
1.7. Beneficios para el inversionista .....	4
Capítulo II: Resumen .....	5
2.1. Formulación del objetivo del trabajo .....	5
2.2. Descripción de la metodología .....	5
2.3. Presentaciones de las conclusiones obtenidas o resultados.....	5
Capítulo III: Introducción .....	6
3.1. Motivación para la elección del tema .....	6
3.2. Antecedentes del proyecto .....	7
3.3. Relevancia del proyecto .....	8
3.4. Planteamiento del problema .....	10

3.5. Objetivo general .....	10
3.6. Objetivos específicos .....	10
3.7. Justificación.....	11
3.8. Público objetivo.....	11
3.9. Orientación al lector sobre la organización del texto .....	12
Capítulo IV: Presentación.....	13
4.1. Definición del producto .....	13
4.2. Descripción del equipo emprendedor .....	14
Capítulo V: Nombre del producto.....	15
Capítulo VI: Empatía necesidades .....	16
Capítulo VII: Idea .....	17
Capítulo VIII: Lean Startup.....	18
8.1. Preguntar .....	18
8.2. Hipótesis.....	19
8.3. Prototipo.....	20
8.4. Métricas.....	30
8.5. Decisión o pivote.....	31
8.6. Construir, medir, aprender .....	31
Conclusiones.....	33
Recomendaciones .....	34
Referencias Bibliográficas.....	35

**Lista de Tablas**

**Pág.**

Tabla 1: Histórico de Ventas proporcionado por la empresa Gestión 3d, sector Ricaurte.

Cifras en millones de pesos .....8

Tabla 2: Segmentación de pymes y mypimes ..... 12

Tabla 3: Líneas de productos por categoría ofrecidas por la empresa Gestión y Publicidad .....27

Tabla 4: Algunos productos de papelería comercial .....28

Tabla 5: Relación de diferentes tipos de marcación para personalización de productos .....28

Tabla 6: Medición para efectividad del canal.....30

## Lista de Ilustraciones

	<b>Pág.</b>
Ilustración 1: Resultado a la búsqueda de publicidad en línea .....	9
Ilustración 2: Principales ciudades de búsqueda de publicidad en Colombia en línea .....	9
Ilustración 3: Logotipo en estudio para la empresa Publicidad y Gestión .....	15
Ilustración 4: Nuevos productos .....	20
Ilustración 5: Nuevos productos .....	21
Ilustración 6: Portafolio de productos .....	21
Ilustración 7: Productos.....	22
Ilustración 8: Destino y forma de pago .....	22
Ilustración 9: Chat boot 24 horas virtualspirits.....	23
Ilustración 10: Planos del local.....	24
Ilustración 11: Plano sede administrativa y producción.....	25
Ilustración 12: Gráfico Construir, medir, aprender .....	32

## Capítulo I: Resumen Ejecutivo

### 1.1. Perfil del equipo emprendedor

Profesional en Mercadeo y especialista en Alta Gerencia<sup>1</sup>, con alta capacidad para definir, planificar y cumplir metas de manera responsable y creativa, para plantear soluciones prácticas a problemas complejos y, con habilidades en el manejo de equipos de trabajo interdisciplinarios. Con experiencia en planeación, promoción, ejecución de eventos y capacidades logísticas para el mercadeo, atención y seguimiento a clientes y clientes potenciales. Con excelente manejo de relaciones interpersonales y empresariales. Actualmente su trabajo se direcciona hacia el sector de las artes gráficas y *merchandising*, donde ha tenido la oportunidad de asesorar proyectos y nuevos negocios en lo referente a imagen corporativa, creación de portafolios, divulgación y comercialización de productos y servicios.

### 1.2. Problema o necesidad detectada

En el 2016 el sector publicitario en Colombia no alcanzó un crecimiento superior al 0,19%, de acuerdo al ranking de las 100 empresas de la comunicación publicitaria de julio del 2016 realizado por la revista P&M (Bitar, 2017). Sin embargo, las expectativas del sector a nivel mundial para el año 2018, son muy positivas, estimándose un crecimiento del 3.1 según Zenit Vigía Lo anterior se debe principalmente a un aumento en las inversiones públicas y privadas, la

---

<sup>1</sup> En curso. Fecha estimada de obtención de título: Junio de 2018

ejecución de nuevas obras y concesiones y, por incentivos de reforma tributaria que harán crecer los presupuestos publicitarios orientados a productos y servicios más innovadores que hagan visible y recordada su marca.

Este panorama en la industria de la publicidad y mercadeo constituye a su vez, una oportunidad para el crecimiento de la publicidad digital y el sector del merchandising, el cual resulta muy efectivo respecto a otros tipos de publicidad, como los medios tradicionales de radio, prensa y televisión; debido principalmente a su menor costo, logrando mejorar significativamente la recordación de marca, fidelización de los clientes y el posicionamiento en el mercado. Adicionalmente, los artículos promocionales perduran en el tiempo, a diferencia de los medios masivos que suelen tener un nivel de exposición al público mucho menor.

Así, el mercado requiere que existan empresas que suplan de una forma integral la necesidad de proveer artículos publicitarios para lograr sus objetivos comerciales y de imagen corporativa, divulgación de sus productos o servicios a través de material impreso, que aporten al posicionamiento y recordación de marca. Especialmente, en el sector pymes<sup>2</sup> y mypimes<sup>3</sup> se encuentra una oportunidad de apertura de mercado de artículos promocionales con una plataforma digital que permita la accesibilidad a todos los mercados sin salir de su lugar de trabajo.

### **1.3. Producto, bien o servicio**

Creación de empresa Publicidad y Gestión la cual se diferenciara en el mercado por el servicio personalizado, por medio de venta corporativa en la ciudad de Bogotá y una tienda en

---

<sup>2</sup> Pequeña y Mediana Empresa.

<sup>3</sup> Microempresa o empresa de tamaño pequeño.



línea las 24 horas a la cual tendrán acceso clientes a nivel nacional llamada [www.publicidadygestion.com](http://www.publicidadygestion.com) la cual estará abierta 24 horas al día en alianza con Coordinadora mercantil, con una solución logística de transporte con tarifas preferenciales que permite cotización en línea y pago contra entrega.

La tienda virtual ofrece los siguientes productos y servicios:

- Artículos promocionales (ej.: paraguas, bolígrafos, gorras, llaveros, botellas, bolsas ecológicas, maletines, entre muchos más).
- Publicidad impresa (ej.: tarjetas de presentación, carpetas de presentación, portafolio de productos, agendas, cuadernos, calendarios, entre otros)
- Servicio de marcas tampografica<sup>4</sup>, *screen*<sup>5</sup> y sublimación<sup>6</sup>.

#### **1.4. Necesidades que satisface el producto**

El servicio personalizado brinda la oportunidad al cliente de comprar y tener asesoría en el sitio de trabajo sin tener que desplazarse a buscar los productos de su interés en temas publicitarios, la plataforma digital da la oportunidad de realizar compras en línea desde cualquier lugar y cualquier hora, y la visita corporativa facilita la venta al interactuar el asesor comercial con el cliente final haciendo posible el llevarle muestras, catálogos y brindándole la información adecuada en el momento oportuno.

---

<sup>4</sup> Tampografía: sistema de impresión que consta de una almohadilla de silicona y tinta que permite marcar sobre cualquier tipo de superficie

<sup>5</sup> *Screen*: Llamada también serigrafía, sistema de impresión con malla que permite transferir tinta sobre superficies planas y materiales textiles.

<sup>6</sup> Sublimación: impresión digital transferida por medio de calor a objetos con sustratos especiales o telas de polyester.

### **1.5. Usuarios a los que va dirigido el producto**

Pymes y Mypimes colombianas a nivel nacional que requieran generar recordación, fidelización y posicionamiento de marca a sus clientes o empleados por medio de publicidad impresa y/o artículos promocionales.

### **1.6. Recursos necesarios para la ejecución del producto**

- Portal de comercio electrónico a nivel nacional, con atención 24 horas.
- Maquinaria de marcación de productos, mobiliario para cada área de trabajo, recursos tecnológicos y equipos de comunicación.
- Infraestructura física que cuente con un punto de venta, área de producción y área administrativa.

Recurso humano de 6 personas.

### **1.7. Beneficios para el inversionista**

El inversionista se verá beneficiado de manera económica en lo que respecta a rentabilidad y al retorno de la inversión (ROI). Con el tiempo, logrará una mejora en su estabilidad económica, contará con un capital (adquisición y aumento de activos) e independencia laboral.

## **Capítulo II: Resumen**

### **2.1. Formulación del objetivo del trabajo**

Creación de la empresa publicidad y Gestión para el sector pymes y mypimes, que provea los requerimientos en publicidad a costos competitivos en el mercado, siendo el aliado estratégico de sus clientes por medio del servicio personalizado.

### **2.2. Descripción de la metodología**

En este emprendimiento se utiliza la metodología Lean Startup, enfocada en alcanzar una cultura innovadora, que a través de una retroalimentación constante facilite la toma decisiones y mejora continua del proyecto.

### **2.3. Presentaciones de las conclusiones obtenidas o resultados**

Publicidad y gestión debe atender el mercado de pequeñas y medianas empresas que requieren atención y asesoría personalizada, al estar en crecimiento necesitan orientación en la elección de productos y servicios publicitarios que les aporten al crecimiento de sus operaciones.

Las ventas en los locales comerciales ha bajado en volumen por el desplazamiento de la venta digital, el portal de comercio electrónico ayudara de una manera sencilla, rápida y personalizada en la atención de las empresas a las necesidades en publicidad.

### **Capítulo III: Introducción**

En el país, según la revista dinero existen aproximadamente 2.5 millones de pymes y mypimes, es un mercado amplio para prospectiva de clientes ya que el producto ofertado por publicidad y gestión es flexible en precios y en sin número de artículos y piezas que se pueden desarrollar acordes a los requerimientos de los clientes que logran satisfacer las necesidades publicitarias corporativas, con resultados favorables en sus ventas.

La comercialización de publicidad fuera de las ciudades principales tiene un costo alto y las empresas tienen presupuestos limitados al no ser este un rubro de primera necesidad para la empresa, por medio de la tienda virtual tendrán la oportunidad de acceder a los precios competitivos de las ciudades principales, comprando las cantidades que requieran por mínimas que sean, y obtendrán un respaldo logístico que beneficiara los costos el transporte al manejar el 50% de descuento en el mismo.

#### **3.1. Motivación para la elección del tema**

La motivación surge por la experiencia obtenida en puntos comerciales en el sector del Ricaurte donde se evidencia que las empresas de este sector se concentran en hacer solo una labor y el sector demanda empresas integrales que den soluciones completas a sus

requerimientos. También existen falencias en asesoría personalizada y falta de orientación al momento de la compra que hace que no se genere la respuesta a sus necesidades.

Adicional a la venta de productos el servicio de marca es rentable y ofrece valor agregado a la compra del artículo promocional con un objetivo de recordación de marca que genera fidelidad a sus clientes.

La ubicación física de publicidad y Gestión es estratégica porque estará en un nicho de mercado de artes gráficas donde tendrá tráfico permanente lo cual permitirá que haya movimiento diario de clientes a los que se les ofrece el servicio personalizado y para la próxima compra un asesor se puede desplazar a su empresa para que haga el requerimiento.

Las herramientas a utilizar generaran ventas a nivel nacional y la alianza con el operador logístico permitirá que todo llegue de manera adecuada al tiempo esperado por el cliente y a un costo competitivo.

### **3.2. Antecedentes del proyecto**

El decrecimiento de las ventas en el sector del Ricaurte es notorio, tomamos los datos comparativos de los años anteriores de la empresa Gestión 3d publicidad y promocionales, que ha sido una de las más grandes posicionadas y especializadas en la comercialización de artículos promocionales del sector. En la tabla 1 se puede observar el decrecimiento de cada año manejando el modelo de venta tradicional.

**Tabla 1:** *Histórico de Ventas proporcionado por la empresa Gestión 3d, sector Ricaurte.**Cifras en millones de pesos*

<b>AÑO</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
<b>VENTAS</b>	1.500	1.470	1.000	657

Fuente: Elaboración propia

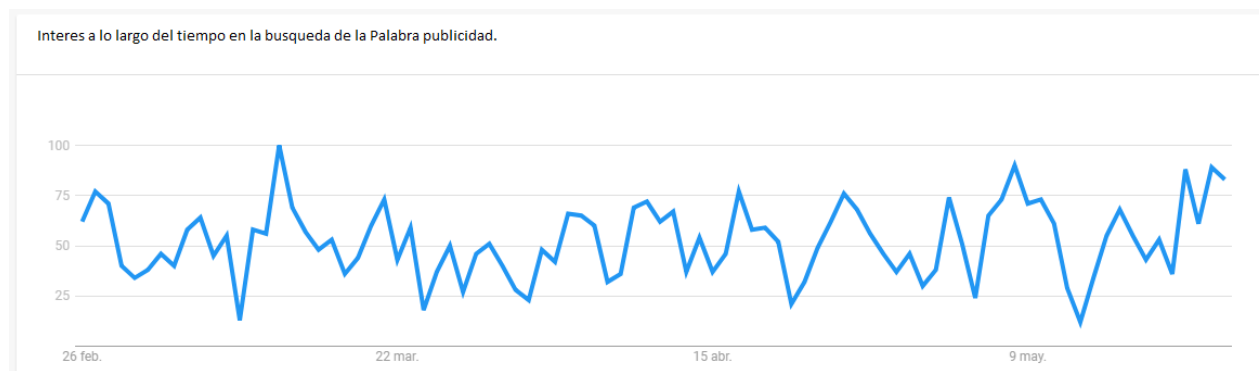
El tipo de compra tradicional está cambiando a comercio electrónico, las empresas de publicidad no tienen la comercialización de esta forma, manejan páginas web pero no asesoran en línea ni liquidan el valor del envío inmediatamente, el 80% de las páginas consultadas, tienen inventarios desactualizados, productos discontinuados, precios no válidos y sin asesoría en línea.

También El sector está perdiendo credibilidad al comprar en empresas que no están legalmente constituidas y hacen que los clientes pierdan su dinero o reciban productos en malas condiciones o de baja calidad.

### **3.3. Relevancia del proyecto**

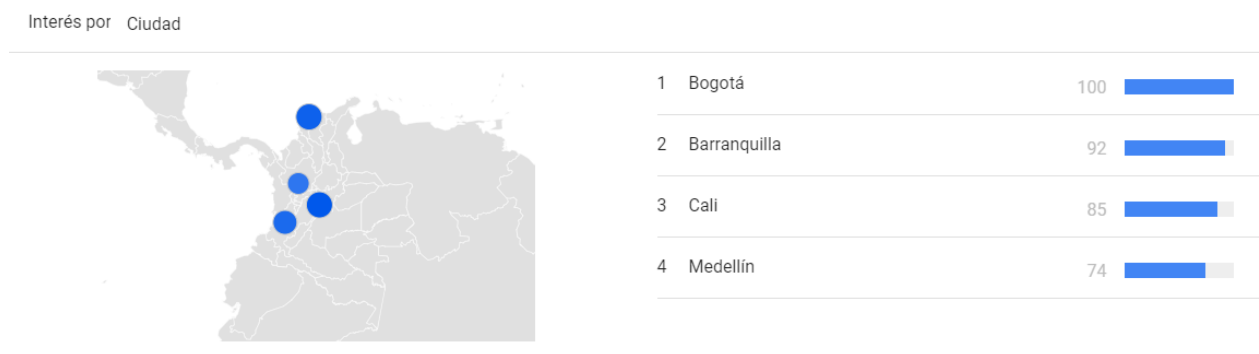
El mercado requiere productos diferenciales en publicidad, servicio personalizado y cumplimiento, la búsqueda virtual de publicidad tiene una constante mes a mes como se muestra en la figura No. 6 y en las principales ciudades del país como lo muestra la figura 7; actualmente la mayoría de las paginas son informativas, la tienda virtual como herramienta, facilitara la compra de publicidad ayudando a los clientes a tener información en el momento oportuno, diferenciándose en precios

El sector publicitario ha tenido disminución de inversión en los medios tradicionales según estudio del diario la república (Pérez Díaz, 2016), la era digital ha cambiado la manera en que las empresas se muestran ante los demás, los consumidores se orienta a comprar en línea y a comprar productos diferenciales, no obstante la manera digital influye, los productos físicos están dentro de los diferenciales personalizados que buscan los clientes.



**Ilustración 1:** Resultado a la búsqueda de publicidad en línea

Fuente: (Google Trends)



**Ilustración 2:** Principales ciudades de búsqueda de publicidad en Colombia en línea

Fuente: (Google Trends)

### **3.4. Planteamiento del problema**

El mercado requiere que existan empresas que suplan de una forma integral la provisión de material publicitario para lograr sus objetivos comerciales y de imagen corporativa, requieren atención personalizada y respuesta inmediata en el momento que lo necesiten evitando los costos de intermediación.

### **3.5. Objetivo general**

Crear una empresa enfocada a la comercialización de publicidad impresa y artículos promocionales que supla las necesidades de los empresarios orientándolos a resaltar su marca, fidelizar y generar posicionamiento con sus clientes, convirtiéndonos en su socio estratégico por calidad, cumplimiento, servicio personalizado e innovación.

### **3.6. Objetivos específicos**

1. Definir el mercado objetivo.
2. Establecer una alianza comercial con un operador logístico con cubrimiento nacional.
3. Diseñar una plataforma e-commerce de fácil acceso, que permita una compra inmediata y asesoría en línea.
4. Establecer alianzas estratégicas con importadores y fabricantes que permitan ampliar el portafolio.
5. Fortalecer el equipo de ventas corporativo.
6. Generar utilidades.



### **3.7. Justificación**

Al tener un grupo interdisciplinario y alianzas comerciales con proveedores reconocidos en cada área de publicidad, la empresa podrá diferenciarse en calidad y tiempo de respuesta al contar con la maquinaria necesaria, el personal capacitado y el sitio correcto para generar tráfico permanente tanto físico como virtual. A los clientes les gusta encontrar todo en un solo lugar, que no tengan que buscar los productos en diferentes sitios arriesgando el tiempo de entrega, gustan de espacios limpios donde se sientan bien atendidos mientras hace sus compras, también tener la opción de comprar desde su oficina por el canal electrónico o por la visita corporativa.

Es un servicio rentable para el cliente al ofrecerle precios competitivos, el mercado objetivo es amplio ya que empresas medianas, pequeñas o grandes utilizan material POP o papelería para el posicionamiento de su marca, no hay límite de productos ya que cualquier artículo se puede marcar personalizándolo a conveniencia.

La publicidad sigue siendo y será una estrategia que permite al cliente final mayor recordación de marca ante sus clientes siempre generando un valor agregado.

### **3.8. Público objetivo**

El público objetivo de Publicidad y Gestión, son empresas pymes y mypimes colombianas, que desean resaltar su imagen ante clientes, empleados y proveedores por medio de publicidad impresa y material promocional.

**Tabla 2:** Segmentación de pymes y mypimes

	Tamaño	Activos Totales SMMLV
Microempresa		Hasta 500 (\$390.621.000)
Pequeña		Superior a 500 y hasta 5.000 (\$3.906.210.000)

*Fuente:* (Bancoldex)

### 3.9. Orientación al lector sobre la organización del texto

Para mejor comprensión del documento, se recomienda revisar la metodología lean startup para entender el diseño del emprendimiento, los objetivos del trabajo, la justificación y el equipo emprendedor.

## **Capítulo IV: Presentación**

### **4.1. Definición del producto**

La creación de la empresa Publicidad y Gestión se enfocara en la Atención personalizada ofertando un portafolio con un más de 2000 de artículos promocionales enfocados a pymes y mypimes colombianas que tengan operación y comercialización de productos y servicios, con atención al cliente por medio de un catálogo en línea y un canal corporativo de ventas, otorgando precio de mayorista con productos de buena calidad, innovadores con el objetivo de resaltar las marcas de los clientes generando posicionamiento en su mercado.

Publicidad y gestión tendrá operación nacional por medio de un portal de compras que facilitara las transacciones a los clientes sin salir de su sitio de trabajo también con un equipo de ventas que realizara visitas comerciales. Cuenta con una infraestructura de producción de marcas que hace que al evitar la tercerización de este servicio sea económico para los clientes, garantizando la calidad en el proceso y cumpliendo tiempos de entrega acordados, Resolviendo las necesidades en publicidad cubriendo los requerimientos en papelería comercial al hacer el proceso desde la compra de materiales hasta la entrega de los trabajos finales, cumpliendo las expectativas del mercado.

#### **4.2. Descripción del equipo emprendedor**

Profesional en Mercadeo y especialista en Alta Gerencia, Actualmente se destaca por su trabajo en el sector de las artes gráficas y merchandising, donde se ha desempeñado en la gerencia de 3 empresas del sector posicionándolas en el mercado en la venta de artículos promocionales y publicidad comercial al por mayor y al detal, el trabajo se ha enfocado a asesorar las empresas que buscan la asesoría en imagen corporativa.

## Capítulo V: Nombre del producto

La empresa del presente emprendimiento se denomina: Publicidad y gestión SAS.



***Ilustración 3:*** Logotipo en estudio para la empresa Publicidad y Gestión

*Fuente: Presente estudio*

## **Capítulo VI: Empatía necesidades**

En las visitas realizadas a los clientes se evidencia que tienen una percepción del mercado de publicidad totalmente diferente se centran en volantes y piezas tradicionales, muchos desconocen la cantidad de artículos promocionales que se pueden manejar incluidos los que son elaborados con materias primas amigables con el medio ambiente; manifiestan el haber tenido problemas con proveedores que les han incumplido con sus pedidos y no han tenido una empresa que los visite y recopile todos los trabajos publicitarios para no recurrir a varios establecimientos.

Gran parte de las empresas entrega el material publicitario en su propio establecimiento, con la alianza con el operador logístico se solucionaría el tiempo de entrega y los costos de transporte.

## **Capítulo VII: Idea**

Se creara la empresa publicidad y Gestión la cual tendrá un portafolio de servicios amplio que abarca más de 2000 artículos de material promocional, integrando soluciones en papelería y servicio de marcas, ofreciendo visita personalizada corporativa con la que se busca generar empatía con los clientes y fortalecer relaciones comerciales, contando con una plataforma de comercio electrónico que permita la venta en línea de los artículos y recibir asesoría personalizada las 24 horas, con facilidades de pago tanto en la página por cualquier medio bancario o pago contra entrega a nivel nacional con precios competitivos, calidad, cumplimiento, excelente atención y seguimiento para mejoramiento de los procesos.

## Capítulo VIII: Lean Startup

A continuación, se hace una descripción de la aplicación de cada una de las etapas de la metodología para este emprendimiento.

### 8.1. Preguntar

Para identificar las necesidades de los clientes, se realizaron preguntas que ayudaron a enfocar las estrategias que se deben implementar para las nuevas actividades de comercialización y promoción de los productos, evaluando que genera el beneficio comercial y de posicionamiento de marca. Esto se realiza por medio de encuestas enviadas por medios digitales, documento físico y/o entrevistas personales, estas son algunas de las preguntas realizadas:

- ¿Qué soluciones en publicidad requiere?
- ¿Qué tipo de artículos desea comprar para lograr recordación en sus clientes?
- ¿Le gustaría poder comprar el producto por medio de un portal comercial en página web o por un catálogo físico de productos?
- ¿Le gustaría que la empresa proveedora integre confección, artículos promocionales, publicidad impresa e impresión digital en un solo lugar?
- ¿Estaría dispuesto a cambiar su proveedor actual de artículos promocionales?



- ¿Consideraría como ventaja que su proveedor cuente con alianzas estratégicas con empresas logísticas, para que la entrega de sus trabajos tenga un descuento del 50%? (aplica para envíos a nivel nacional)
- ¿Qué inconvenientes ha tenido con los trabajos requeridos en publicidad, y que considera se puedan mejorar con un nuevo emprendimiento?

## 8.2. Hipótesis

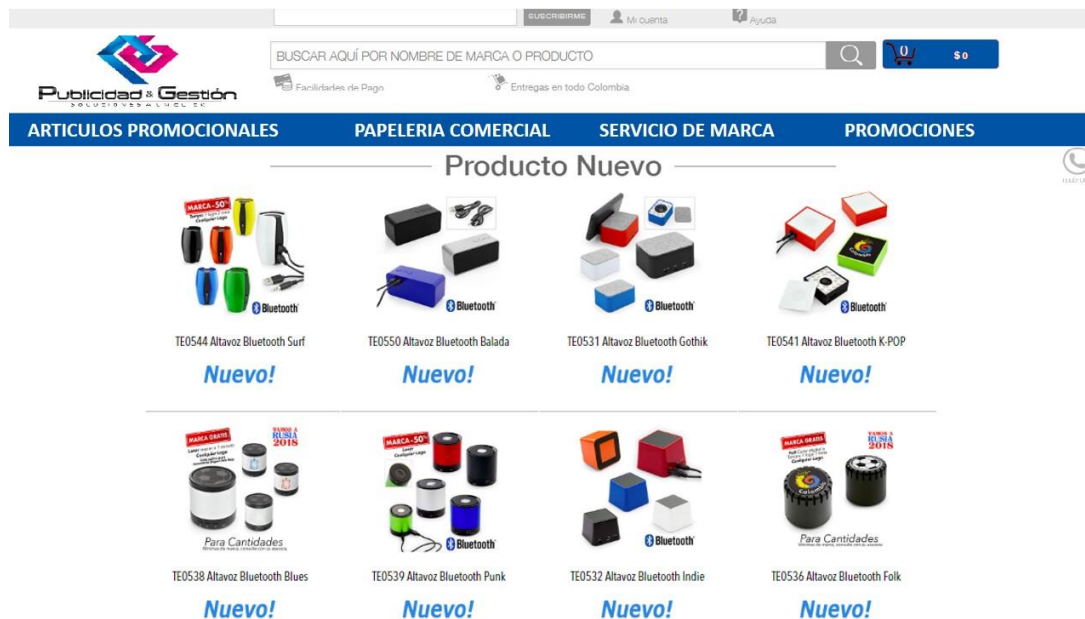
Según el estudio informalidad del sector de artes gráficas en el barrio Ricaurte (Ávila et al, 2017) las empresas dedicadas a esta industria son pequeñas y se dedican a realizar procesos exclusivos, es decir, raramente ofrecen toda la cadena de valor que incluya los procesos de producción, comercialización y procesos de apoyo. Por tanto, el presente emprendimiento supone responder a las necesidades de los clientes de encontrar un valor agregado en su proveedor de publicidad y artículos promocionales con atención personalizada por medio del canal corporativo para la ciudad de Bogotá, con accesibilidad desde una plataforma de comercio electrónico. Partiendo de esto, la hipótesis manejada se describe a continuación:

La empresa Publicidad y Gestión se diferenciará en el mercado actual por la ejecución propia y la calidad de sus procesos, la atención comercial personalizada por medio de un canal corporativo, y por la creación de un portal de comercio electrónico que tendrá atención las 24 horas por un bot chat y cotización en línea, generando una cadena de valor que representa menores costos y mayor calidad para el cliente final.

### 8.3. Prototipo

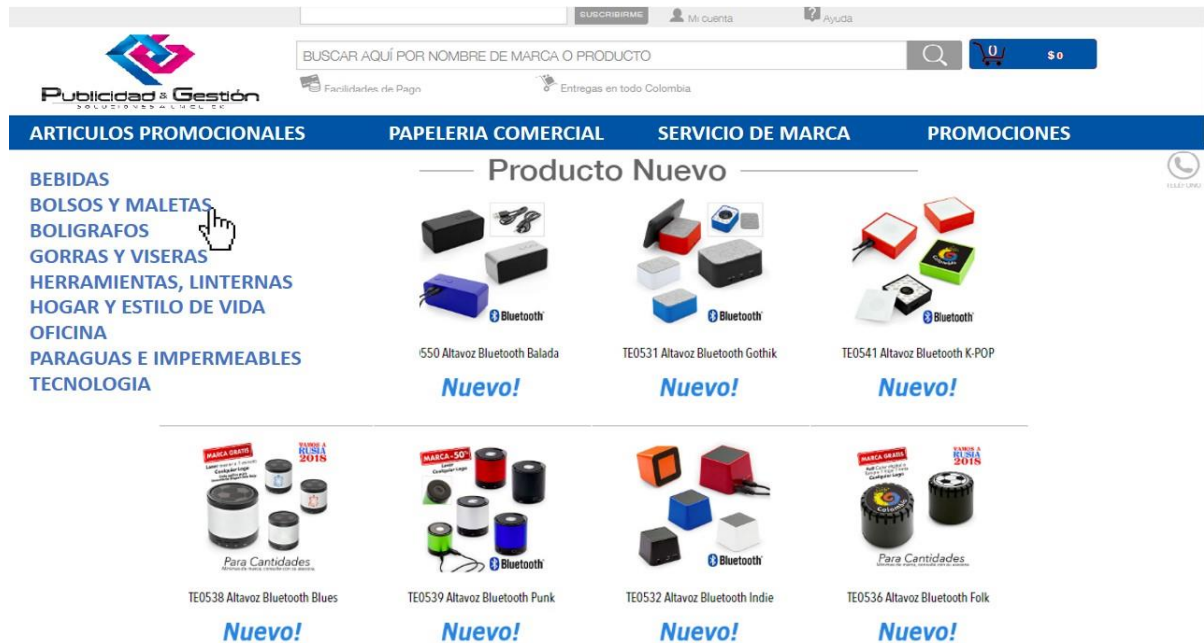
#### Implementación de portal electrónico.

La tienda en línea será diseñada con una interface sencilla que permite que los usuarios tengan una búsqueda agradable de los productos y una dinámica sencilla en navegación por el sitio la cual le facilita buscar el producto adecuado, revisar inventarios y aplicar la compra. También tendrá un boot chat que estará disponible las 24 horas facilitando la comunicación con el cliente, no desentendiendo sus solicitudes. En las imágenes No. ####, se muestra el prototipo de la plataforma para hacer una venta y la comunicación que tendrá e-boot chat.



**Ilustración 4:** Nuevos productos

*Fuente: presente estudio, página de inicio prototipo tienda virtual Publicidad y Gestión*



*Ilustración 5: Nuevos productos*

Fuente: presente estudio, Despliegue y selección de categorías por línea productos



*Ilustración 6: Portafolio de productos*

Fuente: presente estudio, Selección del producto

**Mochila Virginia.**  
Codigo: 3032628

**\$ 3.500**

Color :

Cantidad:

**AÑADIR**

**MEDIDAS:** 34 x 42 cm.  
**ÁREA IMPRESIÓN APROXIMADA:** 15 x 15 cm.  
**MARCA:** Serigrafía Screen hasta 2 tintas

*Ilustración 7: Productos*

*Fuente: presente estudio, Elección de colores y cantidad*

**Destino y Forma de Pago**

¿En qué departamento quieres que entreguemos tus compras?

¿En qué ciudad quieres que entreguemos tus compras?

¿Cómo deseas pagar tus compras?

¿De qué banco es tu tarjeta?

**Bonos**

Referencia del bono  Contraseña del bono  **Aplicar**

**Resumen**

Concepto	Cantidad	Subtotal
Subtotal productos	4	48.400
Manejo y Envío		17.800
Descuento promoción		0
Total bonos		0
<b>TOTAL</b>		<b>\$64,200</b>

**Ir a Pagar**

**Destino y forma de pago**

En que departamento quieres que entreguemos tu compra?

En que ciudad quieres que entreguemos tu compra?

¿Como deseas pagar tus compras?

¿ De que Banco es su tarjeta?

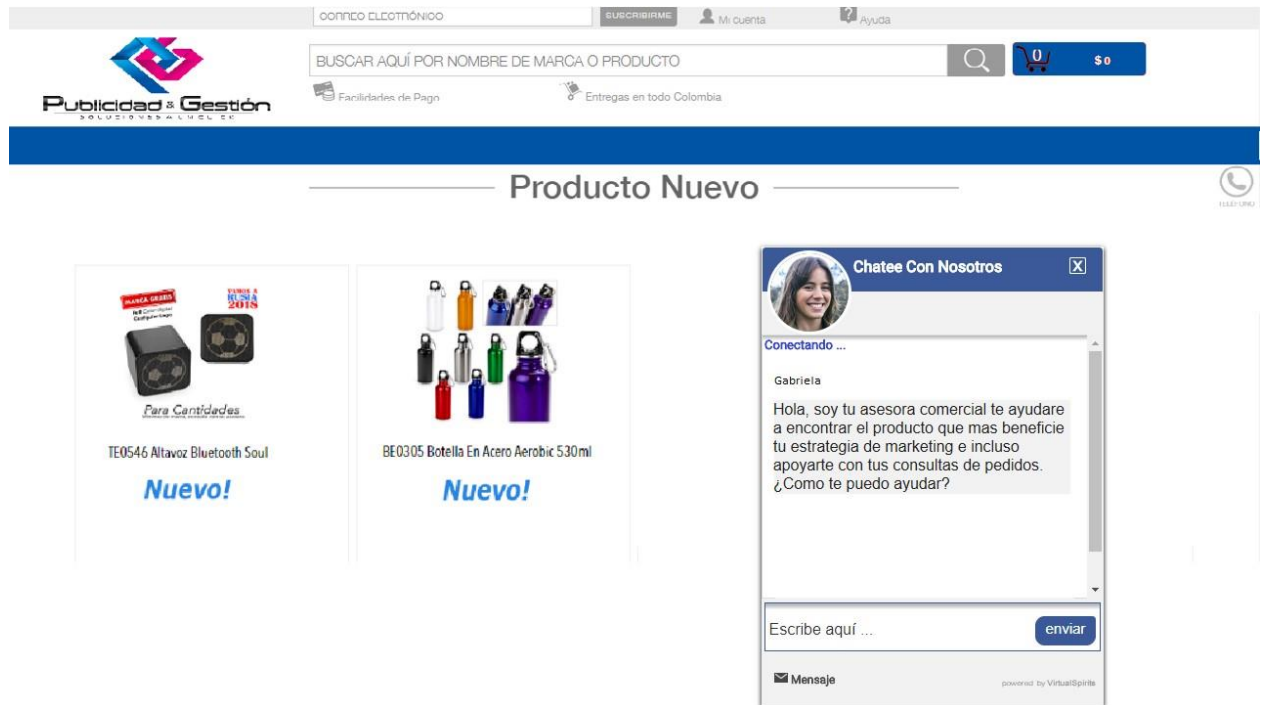
**Resumen**

Concepto	Cantidad	Subtotal
Subtotal productos	50	175.000
Manejo y Envío		20.500
Descuento Promoción		0
<b>Total</b>		<b>195.500</b>

**Ir a pagar**

*Ilustración 8: Destino y forma de pago*

*Fuente: presente estudio*



**Ilustración 9:** Chat boot 24 horas virtualspirits

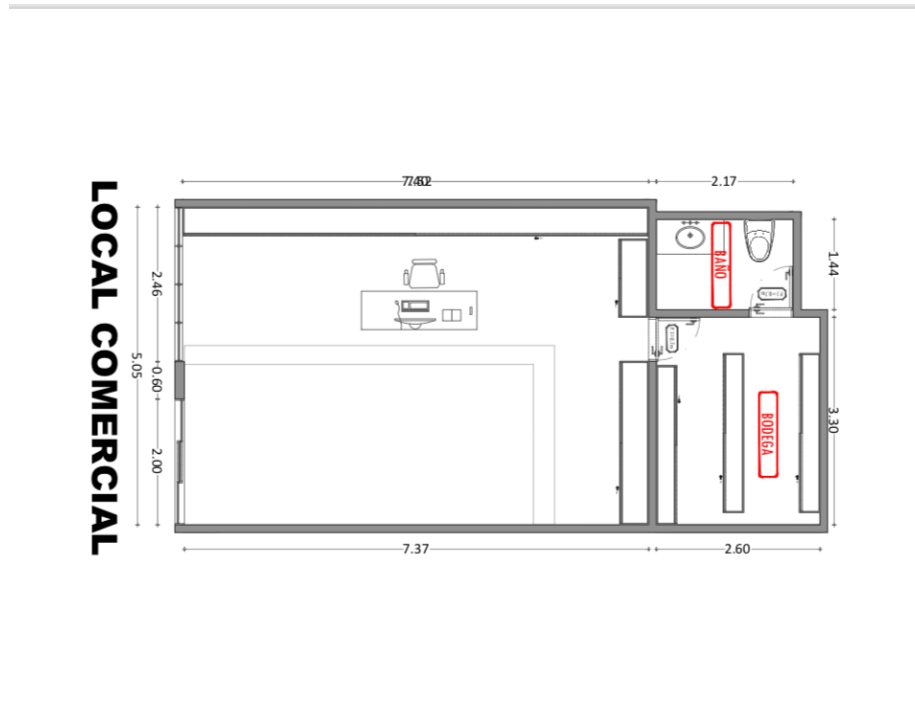
*Fuente: Presente estudio*

### **Establecimiento de apoyo comercial, de producción y administrativo**

Según Sánchez & Dimas (2016), el 89.1% de locales comerciales dedicados a publicidad y artes gráficas se concentran en el sector del barrio Ricaurte (Bogotá), esto hace que haya un alto flujo de personas del público objetivo. Por tanto, para el establecimiento de la empresa Publicidad y Gestión, se contará con dos sitios de ubicación estratégica en este sector, que permitirán el desarrollo de sus actividades de producción, administrativas y de comercialización. Estos son:

- Punto de venta abierto al público
- Sede administrativa y de producción

A continuación, en la Figura 1 se muestran los planos del punto de venta y en la figura 2 los planos de la sede administrativa y de producción.



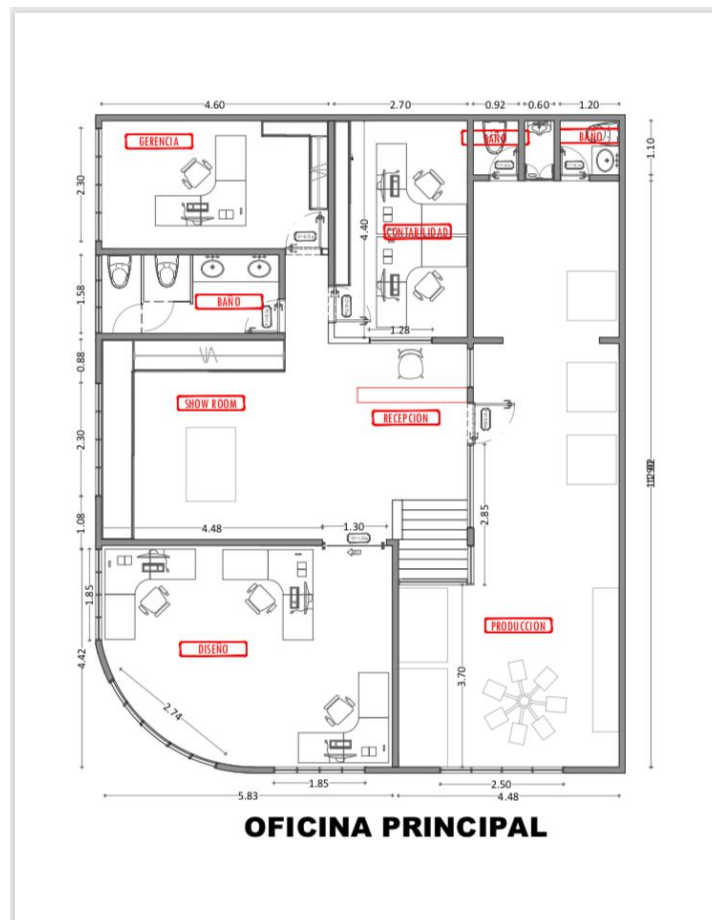
**Ilustración 10:** Planos del local

*Fuente: Elaboración propia*

### **Detalle del punto de venta abierto al público.**

El punto de venta contara con puestos de trabajo para asesoras comerciales que orienten y enseñen a los clientes potenciales los diferentes productos y logren el contacto inicial con empresas que requieran visitas personalizadas para que cuando requieran los servicios no tengan que desplazarse al sector nuevamente.

La distribución física está compuesta por mobiliario para 2 personas, adicional 2 computadores externos para uso de los clientes, 1 bodega para almacenar muestras; 1 exhibición de líneas de producto.



**Ilustración 5:** Plano sede administrativa y producción

*Fuente: Elaboración propia*

### **Detalle de la sede administrativa y producción.**

En la sede administrativa se cuenta con oficina de atención personalizada por las vendedoras corporativas, con una sala de exhibición de productos; el área de producción se

compone de maquinaria para screen, Tampografía y sublimación y 4 personas encargadas del funcionamiento de las áreas.

### **Establecimiento de relaciones con proveedores.**

Las alianzas con proveedores eficientes que manejen estándar de calidad y cumplimiento para que la cadena productiva no tenga errores en sus procesos y se pueda entregar al cliente final un producto que satisfaga sus requerimientos.

Los prospectos de proveedores para la empresa Publicidad y Gestión son:

- Importadores de artículos promocionales con los que se trabajara distribución directa en el punto de venta. De acuerdo a las investigaciones realizadas, algunos proveedores con los que se puede trabajar son: Marpico sa, Promos Ltda., Promoopcion, Cdo promocionales.
- Proveedores nacionales que manejan volúmenes altos de productos con fabricación colombiana de artículos de regalo y promocionales: Fantiplast Ltda., Promoplastic sas, gift shop, Casavi,


### **Líneas de producto.**

La empresa Publicidad y Gestión ofrece las siguientes líneas de productos, artículos promocionales, papelería comercial y servicio de marcas el detalle de cada una de las líneas se encuentra a continuación en las tablas No. 3, 4 y 5.



**Tabla 3:** Líneas de productos por categoría ofrecidas por la empresa Gestión y Publicidad

<b>Categoría</b>	<b>Producto</b>	<b>Ejemplo de producto</b>
Bebidas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Botellas Deportivas Plásticas</li> <li>• Botellas en Acero</li> <li>• Botellas en Aluminio</li> <li>• Botellas en Tritán</li> <li>• Mugs Cerámica</li> <li>• Mugs y Vasos Metálicos</li> <li>• Termos</li> <li>• Vasos Plásticos</li> </ul>	
Escritura	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bolígrafos con Resaltador</li> <li>• Bolígrafos Ecológicos</li> <li>• Bolígrafos en Aluminio</li> <li>• Bolígrafos Metálicos</li> <li>• Bolígrafos Plásticos</li> <li>• Estuches de Regalo</li> <li>• Lápices, Colores y Crayolas</li> <li>• Resaltadores</li> </ul>	
Oficina	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Accesorios de Escritorio</li> <li>• Calculadoras</li> <li>• Libretas Ecológicas</li> <li>• Libretas Plásticas</li> <li>• Memos y Adhesivos</li> <li>• Tarjeteros y Monederos</li> </ul>	
Paraguas e impermeables	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Impermeables</li> <li>• Paraguas Fashion</li> <li>• Paraguas Golf</li> <li>• Paraguas Mini</li> </ul>	
Tecnología	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Accesorios para Móviles</li> <li>• Altavoz</li> <li>• Altavoz Bluetooth</li> <li>• Audífonos</li> <li>• Bluetooth</li> <li>• Automóvil</li> <li>• Cables y adaptadores de carga</li> <li>• Hubs</li> <li>• Pilas Power Bank</li> <li>• Relojes</li> <li>• Selfies</li> </ul>	

Categoría	Producto	Ejemplo de producto
Viajes, recreación y deportes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Accesorios de Viaje</li> <li>• Deportes</li> <li>• Gafas</li> <li>• Maletas y Estuches de Viaje</li> <li>• Maletines Deportivos</li> <li>• Recreación</li> <li>• Sillas</li> </ul>	

*Fuente: presente estudio, con información e imágenes tomadas de: (Gestión 3D publicidad y Promocionales SAS)*

### ***Papelería comercial***

***Tabla 4: Algunos productos de papelería comercial***

Categoría	Producto
PAPELERIA COMERCIAL	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membretes</li> <li>• Facturas</li> <li>• Carpeta de presentación</li> <li>• Volantes</li> <li>• Material impreso con especificaciones del cliente</li> <li>• Portafolio de productos y servicio en impresión off-set</li> </ul>

*Fuente: Presente estudio.*

### ***Servicio de Marca a Productos.***

***Tabla 5: Relación de diferentes tipos de marcación para personalización de productos***

Categoría	Producto
Tampografía	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marcación normal para objetos plásticos o de cartón</li> <li>• Marcación en materiales cerámicos y vidrio</li> <li>• Marcación para artículos metálicos</li> <li>• Cualquier tipo de superficie.</li> </ul>
Screen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marcación para artículos planos</li> <li>• Marcación para prendas y material textil</li> <li>• Marcación para artículos en silicona</li> </ul>
Sublimación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sublimación en mugs y artículos especiales fabricados para tal fin</li> </ul>

*Fuente: presente estudio.*

### ***Canales de venta***

Publicidad y Gestión comercializará sus productos por medio de varios canales de venta que le permitirán captar clientes, ofreciéndoles un servicio personalizado:

### ***Comercialización corporativa***

La creación de un departamento comercial que se dedique a ventas corporativas, generara a las empresas que así lo requieran un ambiente cómodo para comprar desde su sitio de trabajo sin tener que desplazarse, ahorrando tiempo al momento que la asesora visite su establecimiento con muestras y requerimientos publicitarios que tenga el cliente.

### ***Comercio electrónico***

La plataforma de venta en línea se enfoca a la venta de artículos publicitarios dirigida al sector de pymes y mypimes a nivel nacional con el fin de que el precio para el cliente final sea justo, eliminando el canal de intermediación y los sobre costos que oscilan entre el 20 y 30% de incremento sobre la factura (información suministrada por Gestión 3d Publicidad y Promocionales sas).

El tener a vendas fácil<sup>7</sup> como aliado estratégico se manejaran ventajas como facilidad de distribución física y múltiples medios de pago entre estos el pago contra entrega.

Las herramientas de apoyo serán los news letter<sup>8</sup> enviados de manera masiva para dar a conocer la página.

---

<sup>7</sup> Plataforma de ventas estructurada ofrecida por el grupo coordinadora.

<sup>8</sup> Un **news letter** es una publicación digital que se distribuye a través del correo electrónico con cierta periodicidad (diaria, semanal, mensual, bimensual o trimestral)

### ***Comercialización en punto de venta abierto al público***

La comercialización en el punto de venta permitirá capturar el tráfico de gente que llega al sector en búsqueda de publicidad y artículos promocionales. La atención será personalizada y los clientes tendrán la oportunidad de comprar muestras y realizar sus diseños en el instante al igual que podrá personalizar los productos con un tiempo de espera muy corto, según el artículo que requiera.

### **8.4. Métricas**

En el presente emprendimiento se usarán métricas para medir la satisfacción del cliente con los productos y servicios ofrecidos por Publicidad y Gestión, atención, costo y calidad. Esto se hará por medio de la aplicación de encuestas al público objetivo, donde se indagará sobre los dos procesos principales de la empresa: los canales de comercialización y la producción.

La tabla muestra la estructura que tendrá el formato de medición para próxima evaluación de efectividad del canal.

***Tabla 6: Medición para efectividad del canal***

<b>CANALES DE COMERCIALIZACION</b>	<b>% CLIENTE SATISFECHO</b>	<b>EFFECTIVIDAD DE LA METRICA</b>	<b>ACCION</b>
VENTA EN LINEA			
VENTA CORPORATIVA			
VENTA DIRECTA EN PUNTO			

*Fuente: Elaboración Propia*

### **8.5. Decisión o pivote**

Dado la investigación realizada en las etapas anteriores, la decisión es emprender la empresa llamada Publicidad y Gestión que cubra las necesidades publicitarias de las Pymes y Mypimes encontrando un aliado de publicidad y artículos promocionales, que ofrecerá atención personalizada con disponibilidad las 24 horas con precios competitivos y calidad, gracias a que cuenta con producción propia y diferentes canales de venta que se adaptan a las necesidades actuales de los clientes, reforzando la comunicación con los news letter que informen a los consumidores descuentos, promociones y productos nuevos, direccionándolos a la página web que facilita la compra.

### **8.6. Construir, medir, aprender**

En la figura 2 se resume la aplicación de estas tres etapas<sup>9</sup> al emprendimiento de Publicidad y Gestión.

---

<sup>9</sup> Metodología *Lean Startup*



**Ilustración 6:** Gráfico Construir, medir, aprender

*Fuente: presente estudio, Construir, Medir, Atender*

## **Conclusiones**

El mercado potencial para la empresa es bastante amplio, los servicios a ofertar los requiere una gran parte del segmento de empresas comerciales que tengan la necesidad de mostrar o dar a conocer sus productos y servicios por medio de publicidad.

Al ser un servicio personalizado, permitirá conocer gustos y preferencias de los clientes creando una relación comercial sólida y estable en el paso del tiempo.

La compañía será rentable ya que vende y distribuye bajo pedido sin tener almacenamiento de mercancías.

Se tiene oportunidad de crecimiento en productos ya que cada vez el mercado exige artículos con materias primas diferentes, tonos de moda, que sean amigables con el medio ambiente y al ser obsequios para recordación los proveedores pueden ser infinitos.

## **Recomendaciones**

Mantener una cultura organizacional abierta a la innovación, al cambio, y continuar con el análisis medición e implementación de las metodologías de emprendimiento que permitan hacer una mejora de los procesos cada vez que sea necesario.

Desarrollar una cultura colaborativa en el a que se resalte las opiniones de todas las personas



### Referencias Bibliográficas

Anónimo (2016) #FOAMX: El futuro de la publicidad: la importancia de fortalecer el tema digital. Marketing directo. Recuperado de <https://www.marketingdirecto.com/especiales/foa-mexico/foamx-futuro-la-publicidad-la-importancia-fortalecer-tema-digital>. Consultado el 15 de mayo de 2018

Anónimo (26 marzo 2013). La publicidad a través del tiempo. Recuperado de: <https://www.roastbrief.com.mx/2013/03/la-publicidad-a-traves-del-tiempo/>. Consultado el 10 de mayo de 2018

Ardila, I. (julio 17, 2015). Ranking de las 100 empresas de la comunicación publicitaria en colombia: sector creció 4,85%. Revista P&M. Recuperado de: <http://www.revistapym.com.co/destacados/ranking-las-100-empresas-comunicaci-n-publicitaria-colombia-sector-creci-485>. Consultado el 10 de mayo de 2018

Ávila, M. P.; Gómez, N.; Isaza, A. S. & Patiño, O (2016). Informalidad del sector de artes gráficas en el Barrio Ricaurte: principales falencias de las pymes y retos de la industria. Facultad de Administración, Finanzas y Ciencias Económicas, Universidad EAN. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/publication/321532045\\_informalidad\\_en\\_el\\_sector\\_artes\\_graficas\\_en\\_el\\_barrio\\_ricaurte](https://www.researchgate.net/publication/321532045_informalidad_en_el_sector_artes_graficas_en_el_barrio_ricaurte). Consultado el 12 de mayo de 2018

Bitar, D. (agosto 9, 2017). Sector publicitario colombiano facturó 6.7 billones y emplea cerca de 33 mil personas. Revista P&M. Recuperado de: <http://www.revistapym.com.co/sector-publicitario-colombiano-facturo-6-7-billones-emplea-cerca-33-mil-personas>. Consultado el 15 de mayo de 2018

Bitar, D. (Enero 17, 2017). 2017 Un año de contrastes para la industria publicitaria. Revista P&M. Recuperado de: <http://www.revistapym.com.co/2017-ano-contrastes-la-industria-publicitaria>. Consultado el 15 de mayo de 2018

Forero, J. C. (s.f.). 5 Razones para usar artículos promocionales. Recuperado de: [www.erikhelmar.com/Blog%20Posts/5-razones-porque-usar-articulos-promocionales.html](http://www.erikhelmar.com/Blog%20Posts/5-razones-porque-usar-articulos-promocionales.html). Consultado el 14 de mayo de 2018

Martínez López, T. (26 febrero, 2015) La publicidad a través del tiempo. Recuperado de: <http://www.piensaenmarketing.com/la-publicidad-a-traves-del-tiempo/>. Consultado el 10 de mayo de 2018

Riaño Sacipa , M. (enero, 2016) Cuaderno no. 34 Reflexiones sobre desarrollo económico y el papel público en Bogotá. Secretaría de desarrollo económico. Recuerado de: [http://observatorio.desarrolloeconomico.gov.co/base/descargas/public/Cuaderno34\\_.pdf](http://observatorio.desarrolloeconomico.gov.co/base/descargas/public/Cuaderno34_.pdf). Consultado el 10 de mayo de 2018

Ries, E. (2011) The Lean Startup. Barcelona España. Grupo planeta libro electrónico febrero de 2012.

Robayo Acuña, P. V. (Julio-diciembre 2016). La innovación como proceso y su gestión en la organización: una aplicación para el sector gráfico colombiano. Fundación Universitaria Konrad Lorenz. Recuperado de: [www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2215910X1600015X](http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2215910X1600015X). Consultado el 1 de mayo de 2018

Sequio. (Dic. 2015). Historia del producto promocional. Recuperado de: <https://www.regalosdeempresasequio.com/blog/historia-del-producto-promocional/>. Consultado el 8 de mayo de 2018

# FICHA BIBLIOGRÁFICA DE DOCUMENTO DE OPCIÓN DE GRADO

TITULO COMPLETO		
Creación de Empresa Publicidad y Gestion		
AUTORES		
Apellidos completos	Nombres completos	
Buitrago Acuña	Margie Lizeth	
TUTOR DE TRABAJO DE GRADO		
Apellidos completos	Nombres completos	
San Juan	Katherine	
PROGRAMA ACADÉMICO		
Nombre del programa	Tipo de programa (marque con una x)	
Especialización en Alta Gerencia	Pregrado	
	Especialización	X
	Maestría	
CIUDAD	AÑO DE PRESENTACIÓN DEL TRABAJO DE GRADO	NÚMERO DE PÁGINAS
Bogota	2018	
PALABRAS CLAVES		
Español	Inglés	
Creación de publicidad y Gestion	Creation of Publicidad y Gestion	
Tienda virtual	On line shop	
Emprendimiento Empresa de Publicidad	Entrepreneurship Advertising Company	
RESUMEN (Máximo 250 palabras)		
<p>Creación de empresa Publicidad y Gestión la cual se diferenciara en el mercado por el servicio personalizado, por medio de venta corporativa en la ciudad de Bogotá y una tienda en línea las 24 horas a la cual tendrán acceso clientes a nivel nacional llamada <a href="http://www.publicidadygestion.com">www.publicidadygestion.com</a> en alianza con Operador Logístico, con una solución logística de transporte con tarifas preferenciales que permite cotización en línea y pago contra entrega.</p>		

Enfocada a atender Pymes y Mypimes colombianas a nivel nacional que requieran generar recordación, fidelización y posicionamiento de su marca a clientes o empleados por medio de publicidad impresa y/o artículos promocionales.

**LICENCIA DE USO A FAVOR DE LA FUNDACIÓN UNIVERSITARIA EMPRESARIAL DE LA  
CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ - UNIEMPRESARIAL, POR PARTE DE  
ESTUDIANTES.**

Los suscritos MARGIE BUITRAGO con C.C. N° 52.529.143

\_\_\_\_\_ con C.C. N° \_\_\_\_\_  
actuando en calidad de autor(es) de la (obra), (el trabajo de grado),  
(presentación), (conferencia), (escrito en general, que lleva por título \_\_\_\_\_  
Creación de empresa Publicidad y gestión

\_\_\_\_\_ elaborada para efectos de optar por el título (participar en el seminario o evento),  
de Especialista en Alta Gerencia (Programa académico)

Hago entrega a UNIEMPRESARIAL de una copia de dicho trabajo académico en formato digital o electrónico (CD-ROM, etc.) otorgando licencia o autorización de uso sobre la misma, para que en los términos de la Decisión Andina 351, la Ley 23 de 1982 y demás normas aplicables, realice los actos de explotación de los derechos patrimoniales y de manera especial, para que la divulgue, reproduzca, comunique al público y la ofrezca en préstamo al público. La presente licencia o autorización se extiende no solo a la fijación en medio o formato físico, analógico o material, sino también al medio virtual, electrónico, óptico, usos de red, Internet, extranet, intranet, repositorio institucional y demás formatos conocidos o por conocer.

El autor de la obra, manifiesta de igual manera que la obra objeto de esta licencia o autorización de uso es creación original y que se realizó sin infringir los derechos de autor que le correspondan a terceros.

PARÁGRAFO: Si llegase a presentarse cualquier tipo de reclamación o acción por parte de un tercero en cuanto a los derechos de autor sobre la obra en mención, asumiré la responsabilidad, dejando indemne a UNIEMPRESARIAL y saliendo en defensa de los derechos aquí autorizados.

Para constancia se firma el presente documento en Bogota, el año 2018 del mes junio a los 12 días.

**FIRMA**

Firma \_\_\_\_\_



c.c. 52.529.143 sta